

Δελτίο Τύπου
23 Φεβρουαρίου 2017

Εφαρμογή Visualiser Επαυξημένης Πραγματικότητας (Augmented Reality) της BMW i λανσάρεται στο Google Play.

**Η συνέχεια μετά από ένα επιτυχημένο, διεθνές πιλοτικό πρόγραμμα.
Δυνατότητα ‘εξερεύνησης’ τρισδιάστατων προϊόντων αληθινών
διαστάσεων, οποτεδήποτε και οπουδήποτε.
Μοναδική, διαδραστική εμπειρία πελατών με σχεδιασμό και υλοποίηση
από την Accenture.**

Μόναχο. Η BMW i λανσάρισε προϊόντικό visualizer επαυξημένης πραγματικότητας τεχνολογίας Tango στο Google Play. Αυτό σημαίνει ότι οι πελάτες θα μπορούν να ‘εξερευνούν’ και να διαμορφώνουν το ιδανικό τους BMW i3 ή i8 οποτεδήποτε και οπουδήποτε. Η BMW i είναι η πρώτη μάρκα αυτοκινήτου στον κόσμο που προσφέρει στους πελάτες μία διαδραστική, τρισδιάστατη εμπειρία επαυξημένης πραγματικότητας των προϊόντων της. Χρησιμοποιώντας την τεχνολογία επαυξημένης πραγματικότητας Tango για smartphone της Google, οι πελάτες μπορούν να ‘εξερευνούν’ τα καινοτόμα μοντέλα BMW i σαν μία διαδραστική απεικόνιση αληθινών διαστάσεων.

Μετά από ένα επιτυχημένο πιλοτικό πρόγραμμα σε επίλεκτα καταστήματα εμπορών σε όλο τον κόσμο, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν τώρα να κατεβάσουν τη εφαρμογή BMW i Visualiser από το Google Play στις περισσότερες χώρες του κόσμου. Βασική προϋπόθεση να έχουν συσκευή συμβατή με την τεχνολογία Tango. Στη συνέχεια, οι πελάτες θα μπορούν να οπτικοποιούν και να βιώνουν τα προϊόντα BMW i3 ή i8, χρησιμοποιώντας επαυξημένη πραγματικότητα για τη δημιουργία μιας τρισδιάστατης εικόνας, με σκοπό τη διαδραστική ‘εξερεύνηση’: ο πελάτης θα μπορεί να ανοίγει το χώρο αποσκευών ή τις πόρτες, ακόμα και να μπαίνει μέσα στο αυτοκίνητο για να δει από κοντά το εσωτερικό. Επίσης θα μπορεί να πειραματίζεται με διαφορετικές αποχρώσεις εσωτερικού και εξωτερικού και μία μεγάλη ποικιλία ζαντών.

«Γνωρίζουμε ότι οι πελάτες μας είναι πολυάσχολα άτομα και πρέπει να είμαστε εναρμονισμένοι με τον τρόπο ζωής τους», σχολίασε ο Andrea Castronovo, Αντιπρόεδρος Στρατηγικής Πωλήσεων και Future Retail του BMW Group. «Με το BMW i Visualiser που τώρα διατίθεται στο Google Play, χαιρόμαστε που οι πελάτες μπορούν τώρα να ‘εξερευνούν’ τα προϊόντα μας με πραγματικά διαδραστικό και διασκεδαστικό τρόπο, όποτε και όπου τους βολεύει. Τα οχήματά μας είναι συναισθηματικά προϊόντα για να διεγείρουν το συναίσθημα

πρέπει να υπάρξει μία βιωματική εμπειρία», συνέχισε. Ο Andrea Castronovo πιστεύει ότι σε περιπτώσεις όπου το επιθυμητό προϊόν δεν διατίθεται επί τόπου, αυτή η εικονική απεικόνιση είναι η επόμενη καλύτερη λύση. Η ποιότητα των εικόνων που δημιουργούνται είναι εξαιρετικά ρεαλιστική. «Κατά τη διάρκεια του πιλοτικού προγράμματος, οι άνθρωποι διασκέδασαν εξερευνώντας το αυτοκίνητο, σκύβοντας σαν να υπήρχε πραγματικά οροφή που θα χτυπούσαν το κεφάλι τους», δήλωσε ο Castronovo. Συνέχισε λέγοντας: «Είναι τέτοια η προσοχή στη λεπτομέρεια, ώστε αυτή η τεχνολογία προσφέρει στους πελάτες αληθινή προστιθέμενη αξία».

Ο Eric Johnsen, Επικεφαλής Εμπορικής Εξέλιξης για την Επαυξημένη Πραγματικότητα στη Google, δήλωσε, «Το στοιχείο που κάνει την Tango να ξεχωρίζει ότι το γεγονός ότι έχει συναίσθηση του περιβάλλοντος χώρου. Επομένως, οι τροχοί είναι πραγματικά στο πάτωμα, για παράδειγμα, προσδίδοντας στην όλη εμπειρία μία πολύ πιο ρεαλιστική αίσθηση».

Η BMW i είναι η πρώτη μάρκα αυτοκινήτου που χρησιμοποιεί τεχνολογία Tango για να προσφέρει στους πελάτες τη διαδραστική εμπειρία. «Η BMW i είναι η αιχμή τους δόρατος της καινοτομίας στο BMW Group, επομένως αποτελεί εύλογη επιλογή γι' αυτή την εφαρμογή», εξήγησε ο Stefan Biermann, Επικεφαλής Πωλήσεων και Καινοτομιών, BMW i του BMW Group. Η Εφαρμογή Visualiser της BMW i είναι η πιο πρόσφατη καινοτομία στο πρόγραμμα Future Retail του BMW Group, που κυκλοφόρησε στην αγορά πριν από τρία χρόνια και έχει μεταμορφώσει την εμπειρία αγοράς ενός αυτοκινήτου για τους πελάτες. Πολλά σημαντικά στοιχεία του Future Retail, όπως Product Genius ή Virtual Product Presenter, έχουν θέσει νέα ορόσημα στη βιομηχανία.

Το BMW i Visualiser σχεδιάστηκε και εξελίχθηκε από την Accenture, και την υπηρεσία εμπειρίας πελατών Accenture Interactive, ενσωματώνοντας δεδομένα φωτογραφιών των οχημάτων της BMW i σε μία εφαρμογή που χρησιμοποιεί την τεχνολογία Tango. Για μία όσο το δυνατόν πιο διαισθητική και απλή εμπειρία χρήστη, η εφαρμογή είναι απεικόνιση και όχι διαμόρφωση, όπου στοιχεία όπως τα χρώματα εσωτερικού και εξωτερικού ή οι στεφάνες των ζαντών μπορούν να αλλάζουν σε μία οθόνη αφής. Αφού ολοκληρωθεί η εικονική απεικόνιση, ο πελάτης μπορεί να αποθηκεύει τα δεδομένα και να τα μοιράζεται με άλλους, όπως τα καταστήματα πωλήσεων της BMW i, μέσω των social media ή email. Μελλοντικά, θα υπάρχει δυνατότητα μεταφοράς δεδομένων από το visualiser απευθείας στον διαμορφωτή της BMW i στο κατάστημα του εμπόρου.

«Σύμφωνα με έρευνά μας οι καταναλωτές επιθυμούν βελτιωμένη χρήση τεχνολογιών όπως η επαυξημένη πραγματικότητα κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αγοράς ενός αυτοκινήτου, για μία πιο συναρπαστική online-offline εμπειρία», δήλωσε η Christina Raab, Διευθύνων Σύμβουλος του Automotive practice της Accenture. «Η χρήση της τεχνολογίας Tango από την BMW i και η ενσωμάτωσή της στα καταστήματα πωλήσεων και τα υπάρχοντα εργαλεία διαμόρφωσης συμβάλλει στην επίτευξη της πολυεπίπεδης εμπειρίας που αναζητούν οι πελάτες».

Η εφαρμογή BMW i Visualiser θα παρουσιαστεί σε λίγες ημέρες στο Παγκόσμιο Συνέδριο Κινητής Τηλεφωνίας στη Βαρκελώνη από την Accenture και τη Lenovo, που ήδη κατασκευάζουν μία συσκευή συμβατή με την Tango. Πολλοί από το χώρο της βιομηχανίας πιστεύουν ότι οι συσκευές που είναι συμβατές με την επαυξημένη πραγματικότητα (AR) σύντομα θα διατίθενται ευρέως. «Πιστεύουμε ότι μέσα στην επόμενη διετία, η πλειοψηφία των premium Android συσκευών θα είναι συμβατές με την Tango», δήλωσε ο Eric Johnsen. Και συνέχισε: «η Επαυξημένη Πραγματικότητα έχει τόσο τεράστιες δυνατότητες στο χώρο της Λιανικής, ουσιαστικά μόλις ξεκινήσαμε».

- Τέλος Δελτίου Τύπου -

To BMW Group

Το BMW Group είναι από τους πιο επιτυχημένους κατασκευαστές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο με τις μάρκες BMW, MINI και Rolls-Royce. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 31 μονάδες παραγωγής σε 14 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2016, το BMW Group πούλησε 2.367.000 αυτοκίνητα και 145.000 μοτοσικλές παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το 2015 ήταν 9.22 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 92.18 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2015, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό περίπου 122.244 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊόντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

BMW Group Hellas

Κωνσταντίνος Διαμαντής

Corporate Communications

Τηλέφωνο: +30 2109118151

Fax: +30 210 9118007

e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr